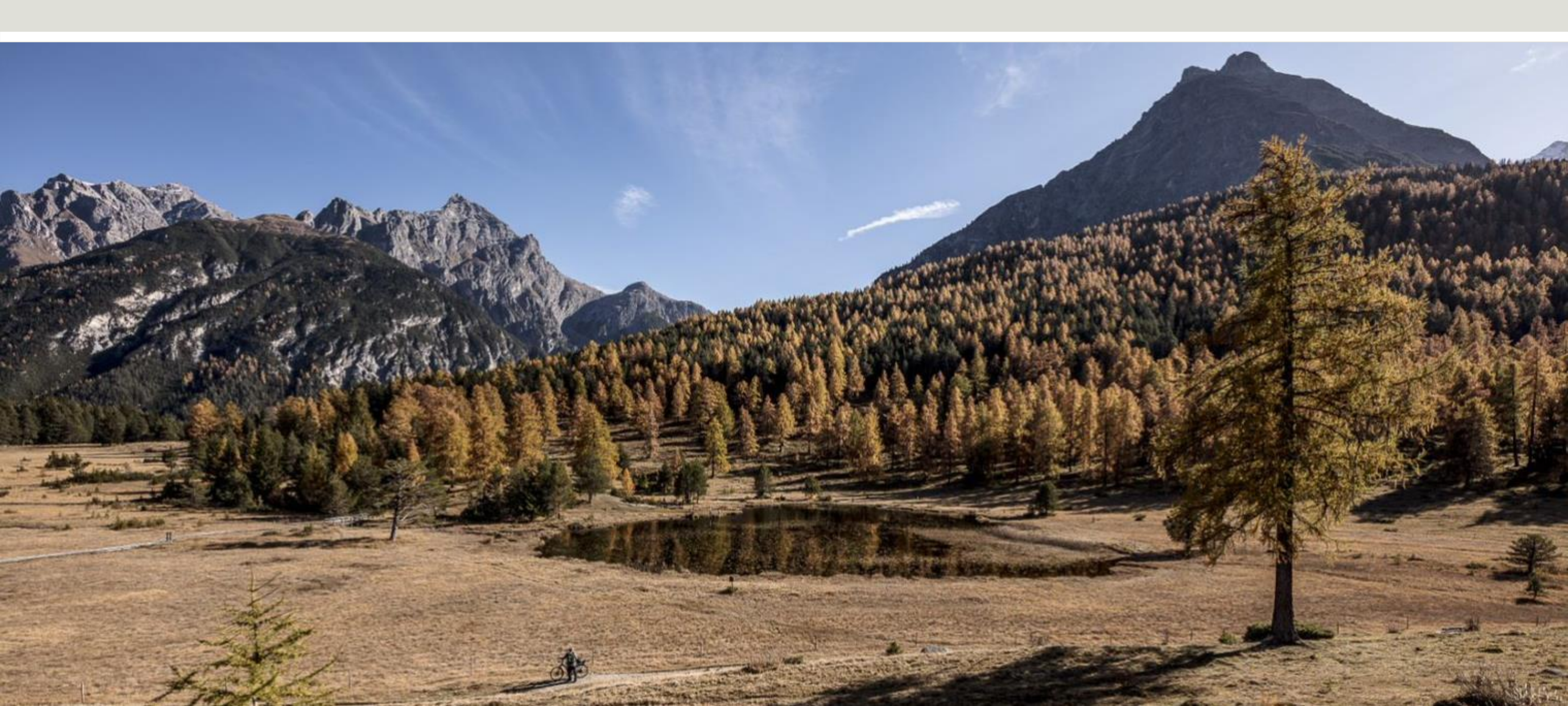


TourCert-Label für nachhaltige Destinationen
Information für Partner

Engadin Samnaun Val Müstair

Ohne Nachhaltigkeit kein Tourismus.



Die 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit

Ein für Einheimische und Gäste in Bezug auf soziale Aspekte (Gesellschaft, Lebensqualität, Kultur etc.) attraktives Lebensumfeld

Soziales

Nachhaltigkeit = Balance der 3 Dimensionen

Eine wirtschaftlich innovative, attraktive und erfolgreiche Region mit Potenzial für die Zukunft

Ökonomie

Ökologie

Ein ökologisch wertvoller Lebensraum für Mensch und Tier mit einer hohen Natur- und Landschaftsqualität



Massnahmen und Projekte



cause we care



Domicil da vacanzas



öV inklusive



Ferientipps



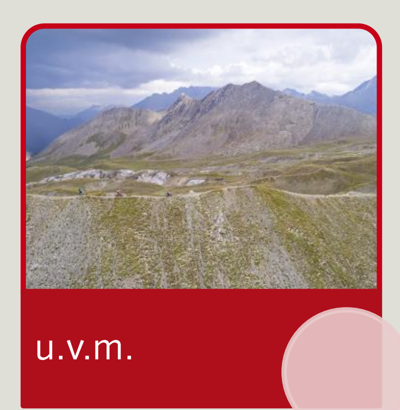
Enjoy Schellen-Ursli



Mineralwasser



Handbuch Nachhaltigkeit



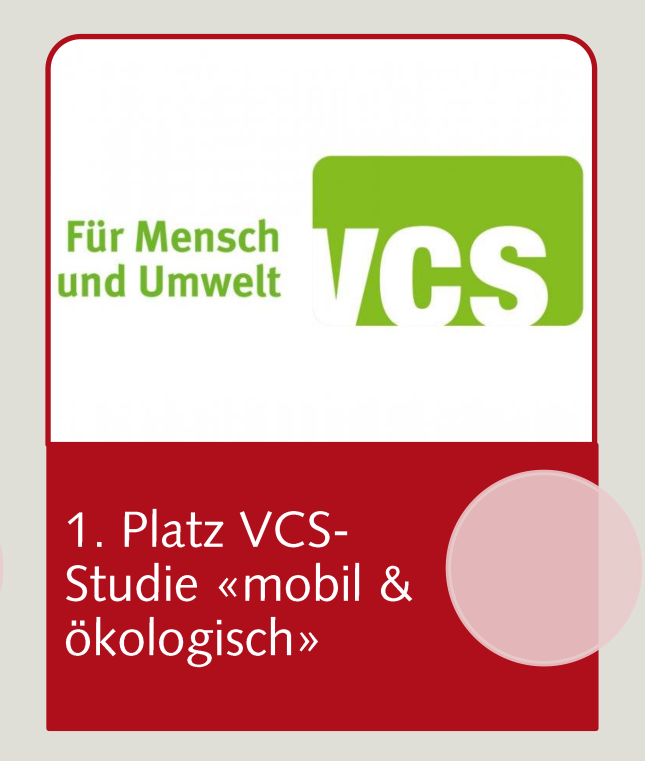
u.v.m.

Auszeichnungen und Labels









Engadin Samnaun Val Müstair

TourCert – Label für nachhaltige Destinationen



Nachhaltigkeitszertifizierung TourCert für die Destination Engadin Samnaun Val Müstair

Informationsveranstaltungen

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft

Weshalb die Nachhaltigkeitszertifizierung der richtige Weg ist

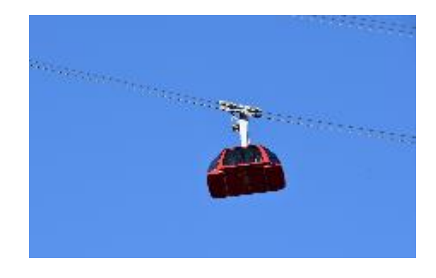
a) Internationale Betrachtung



b) Betrachtung Schweiz (Politik, Tourismus)



a) Destinations-Zertifizierung TourCert



Institut für Tourismus & Mobilität ITM
Kompetenzzentrum Tourismus
Urs Wagenseil & Melanie Wyss

FH Zentralschweiz

a) Internationale Betrachtung



Globale Bestrebungen für nachhaltigen Tourismus
Nebst den SDGs sind vor allem Frameworks von GSTC, UNWTO, ETIS etc. relevant

Die globalen Zielvereinbarungen erhöhen aktuell den politischen Druck, Massnahmen zur Zielerreichung bis 2030 zu setzen, um konkrete Fortschritte vorweisen zu können.






















Nachhaltiger Tourismus im internationalen Vergleich

Best-Practice Beispiele – aktuell viele Bewegung und neue Initiativen!

Norwegen - Pioniere seit 2007



Green news from Norway



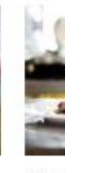
The bee highway through Oslo

Thanks to a guild of urban beekeepers, businesses, and locals, the bees of Oslo can safely fly across town all the way from Holmenkollen to Lake Nøklevann.



The world's first plastic-free shipping company

Plastic bags, plastic cutlery and plastic packing will soon be blasts from the past as Hurtigruten bans all single use plastic from their ships.

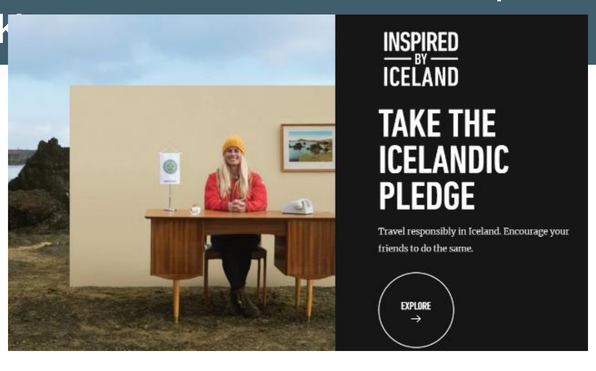


Slowenien & Finnland – ganzheitliche Programme





Island - viele bottom-up Initiativen / Info K





Neuseeland – grosse Visionen und bottom-up Effort

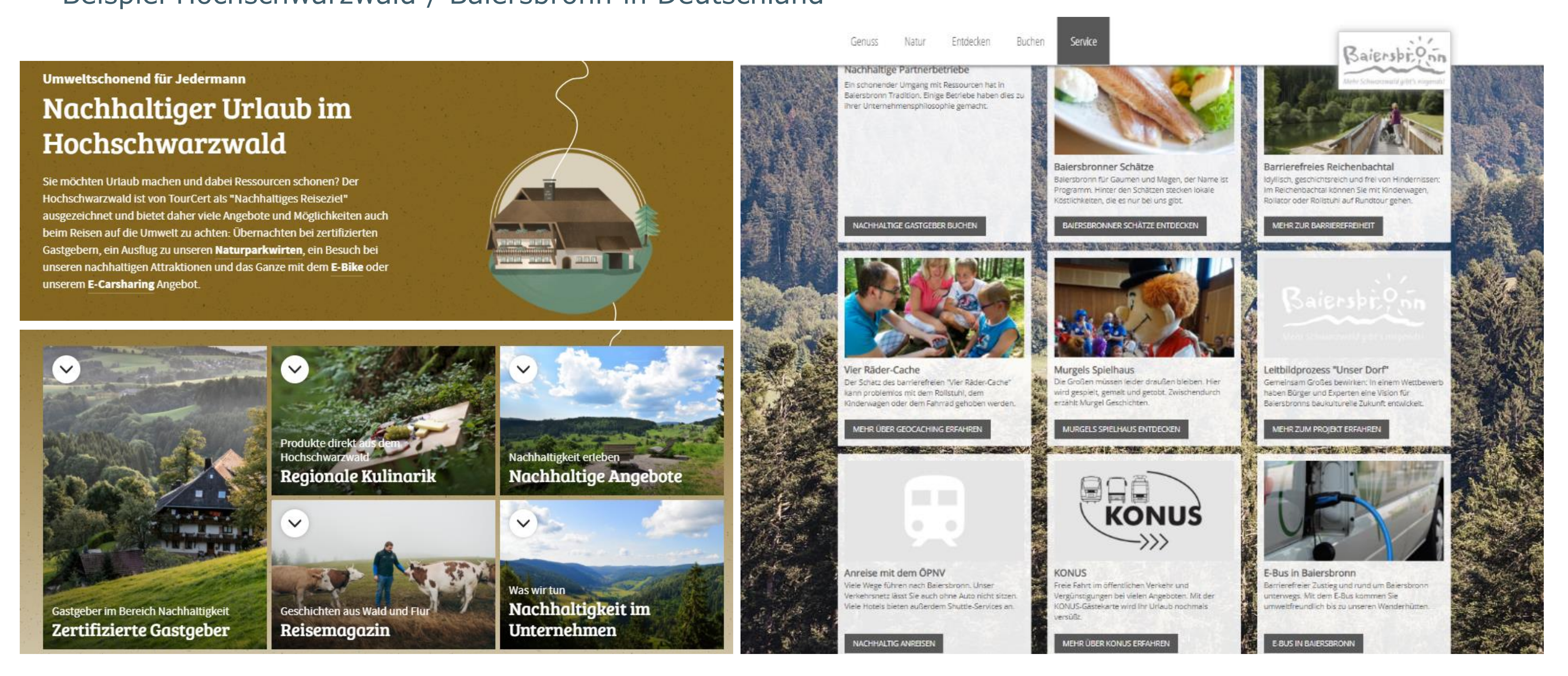
LEADING THE WORLD IN SUSTAINABLE TOURISM

The New Zealand Tourism Sustainability Commitment aims to see every New Zealand tourism business committed to sustainability by 2025.

ECONOMIC	VISITOR	COMMUNITY	ENVIRONMENT
Economically sustainable, resilient and innovative businesses	World-leading experiences that exceed visitor expectations	Communities which benefit from and are supported by tourism	Protecting, restoring and enhancing our natural environment and biodiversity

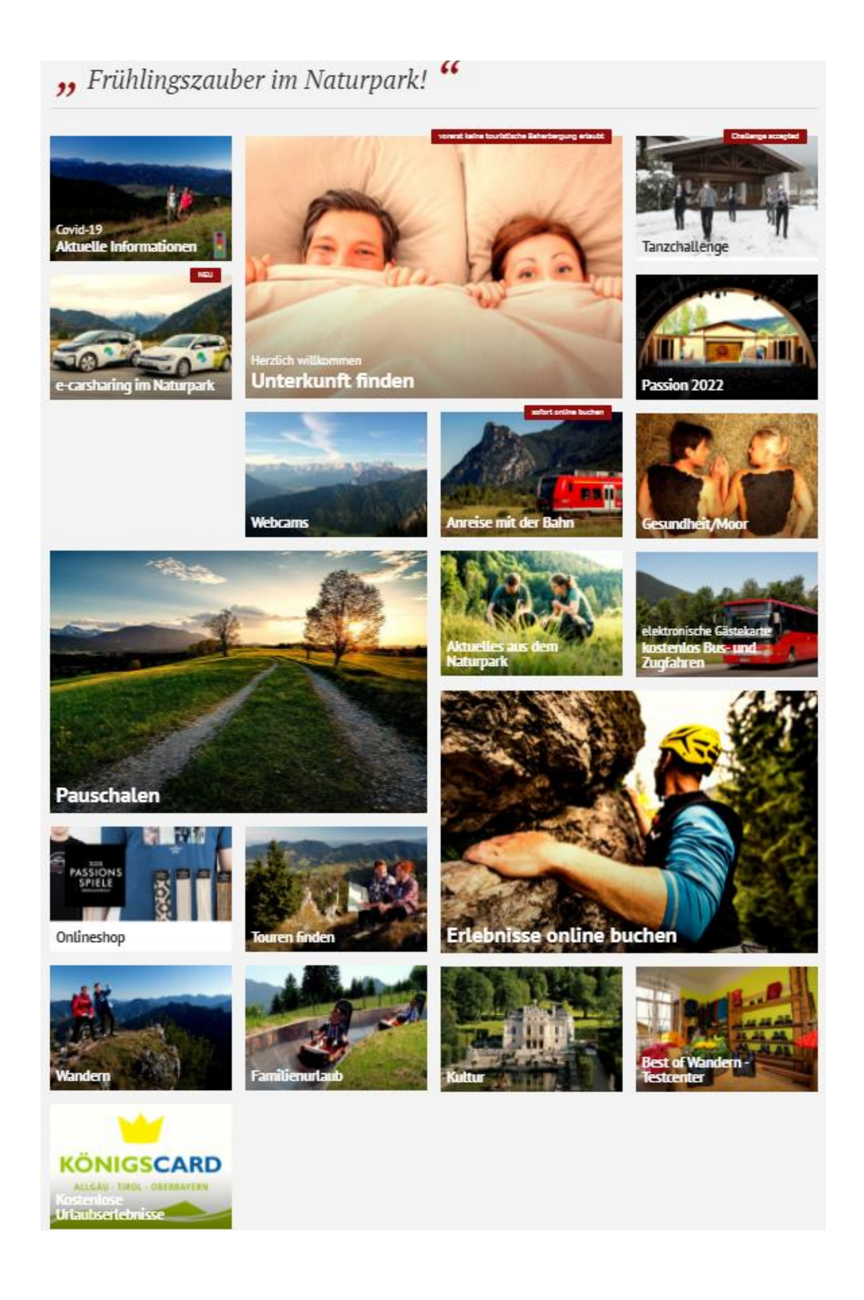
Aber auch regionale und lokale Destinationen gehen den Weg der Nachhaltigkeit!

Beispiel Hochschwarzwald / Baiersbronn in Deutschland



… oder die Ammergauer Alpen etc.





Fazit 1

a)Internationale Betrachtung



b)Schweiz Betrachtung



c)Destinations-Zertifizierung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

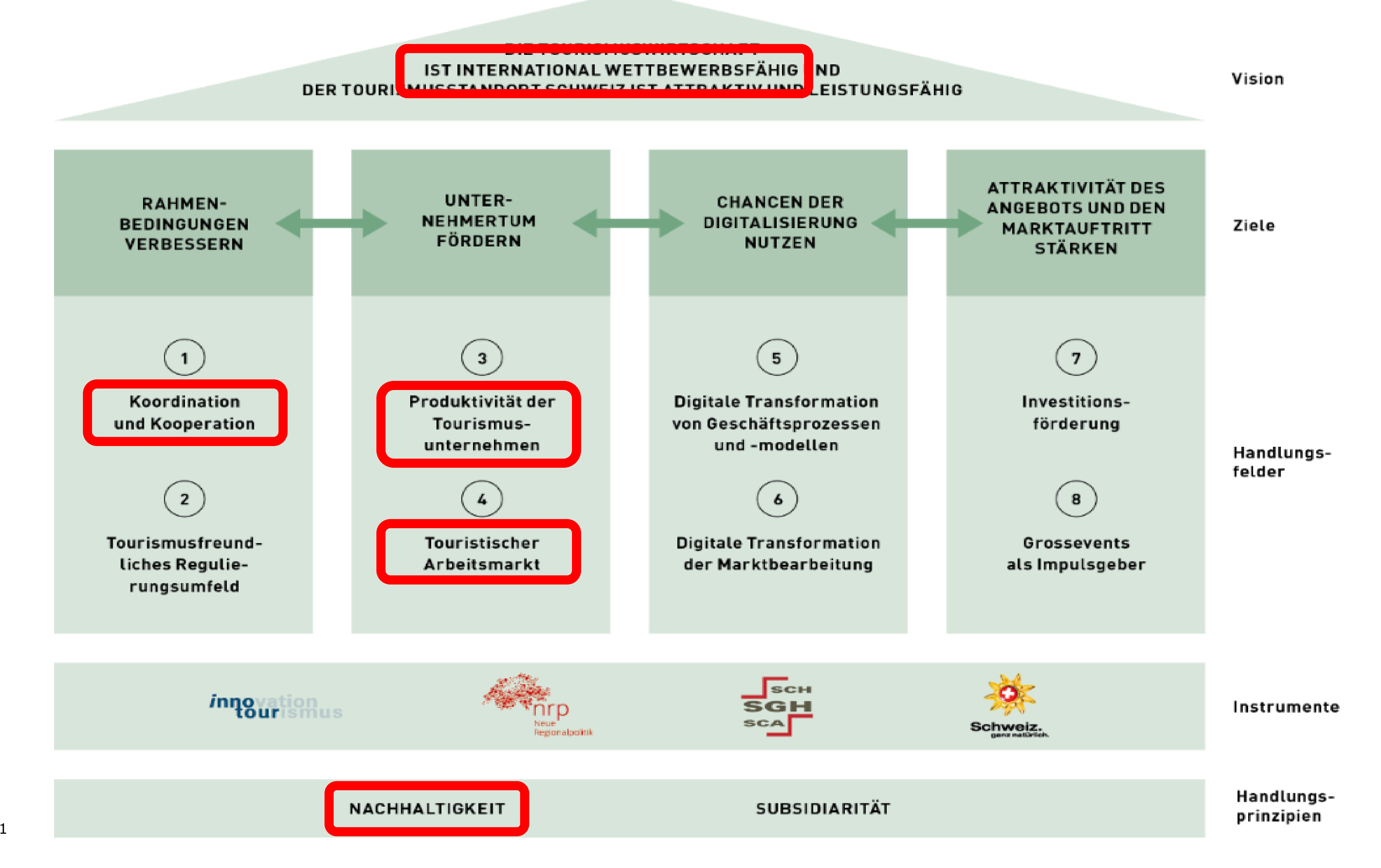
b) Betrachtung Schweiz



b1) Politik



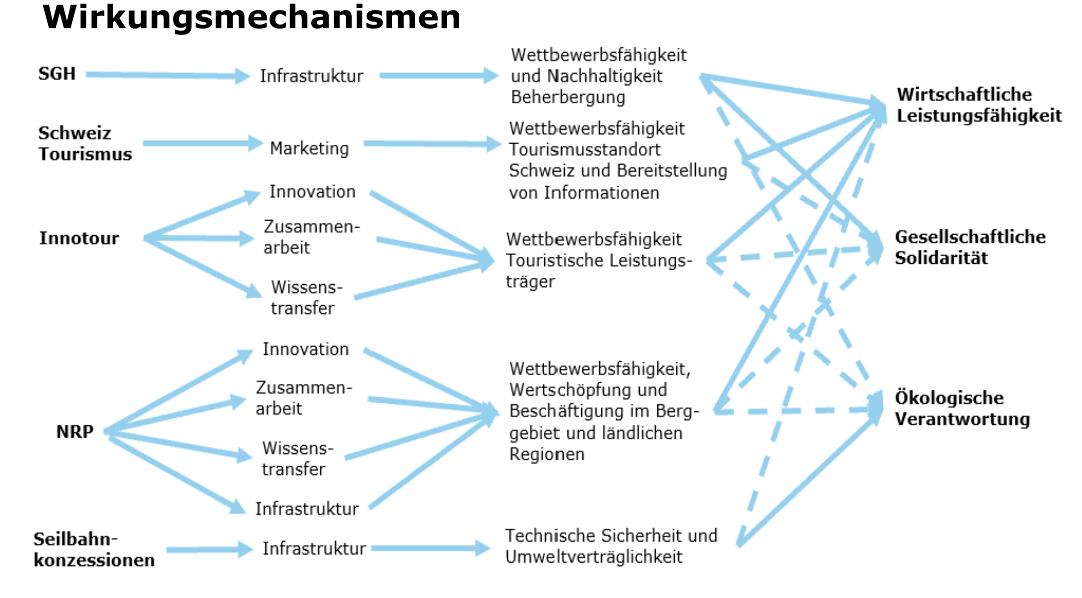
Tourismuspolitik
Handlungsfelder



Projekt-Konsortium: 40 Empfehlungen zuhanden SECO für alle 12 UNWTO Handlungsfelder



Instrumente der Tourismuspolitik
Innotour
SGH
Schweiz Tourismus
NRP
Seilbahnkonzessionen
Sondersatz Mehrwertsteuer
GAV Gastgewerbe
Touristische Berufsbildung
Tourismusstatistik
Tourismus Forum Schweiz



Effekte in …
Raumkonzept Schweiz
Förderung kohärente Raumentwicklung
Modellvorhaben nachhaltige Raumentwicklung
Strategie für Baukultur
Kulturförderungsgesetz
Aktionsplan Grüne Wirtschaft
Reffnet.ch
Pärkepolitik
Bodenstrategie
CO2-Gesetz
CO2- Abgabe
Aktionsplan Anpassung Klimawandel
Aktionsplan Biodiversität
Agglomerationsprogramme Verkehr und Siedlung
Sachplan Verkehr
Massnahmenplan Langsamverkehr
Wettbewerbliche Aussschreibungen ProKilowatt
Verfügung Photovoltaik Anlagen

… über kurz oder lang wird man die politische Einflussnahme überall in der Schweiz, und in sehr vielen Tourismus-relevanten Bereichen spüren.

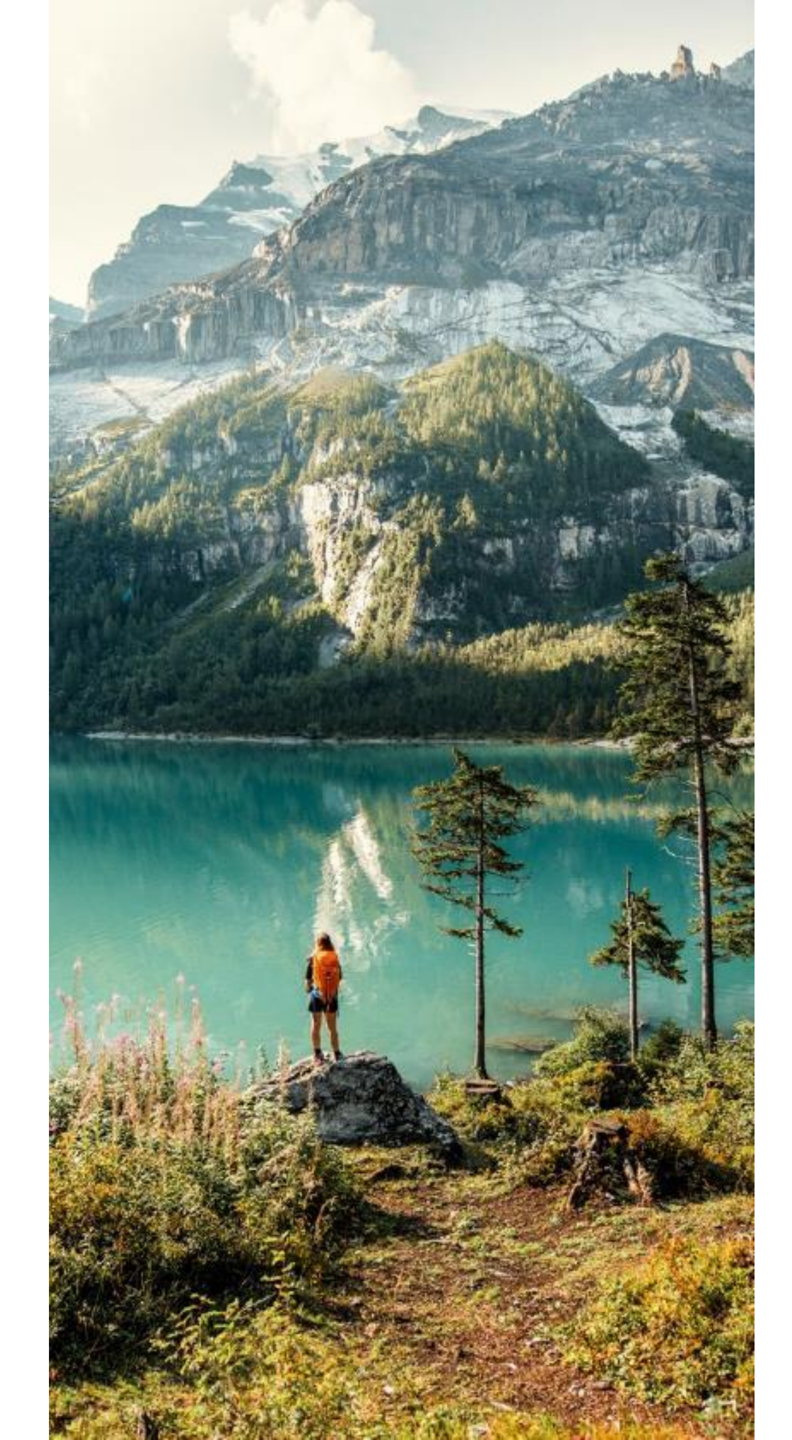
b2) Schweiz Tourismus




Schweiz Tourismus.
Swisstainable
Strategie für eine nachhaltige
Entwicklung des Reiselands Schweiz

Wo wir heute stehen

- Kein Nischenthema mehr → im Mainstream angekommen
- Schweizer Bundesrat hat sich für eine klimaneutrale Schweiz bis 2050
- Der Nachhaltigkeit wird in der neuen Tourismusstrategie eine zentrale Bedeutung zugemessen
- Das Swisstainable Label soll eine Orientierung schaffen
- Die ursprüngliche Natur der Schweiz ist eines der Hauptreisemotive unserer Gäste



Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft

Wohin die nächste Reise geht, wird künftig stärker von der Nachhaltigkeit des Angebots beeinflusst. Ausserdem rechtfertigt die Nachhaltigkeit ein höheres Preisniveau

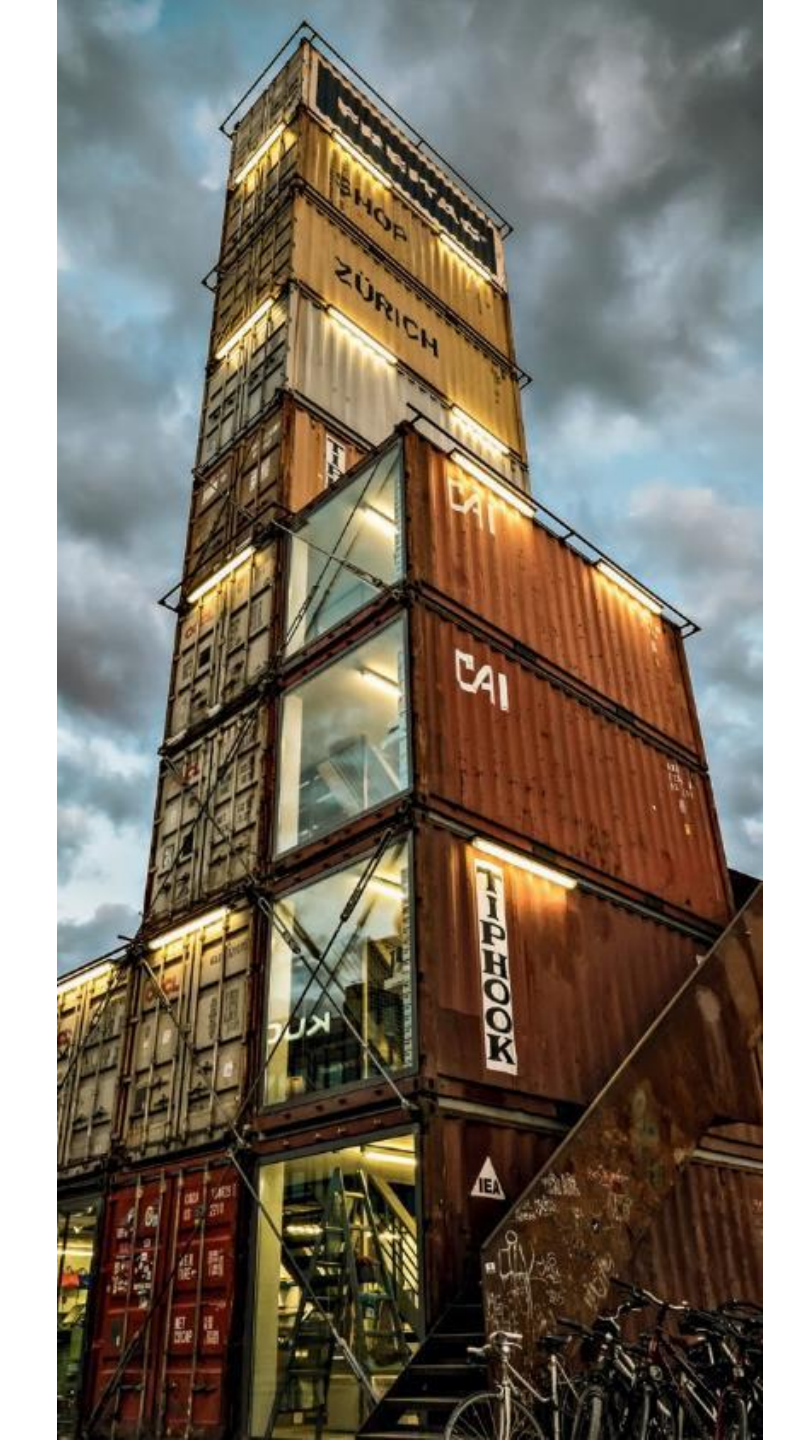
- Eine aktuelle Studie zeigt: Jeder bzw. jede zweite Reisende möchte nachhaltiger unterwegs sein und 69 % der Befragten wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote.*
- Eine Befragung von Schweiz Tourismus zeigt, dass sie Nachhaltigkeit mit hoher Qualität assoziieren und eine höhere Zahlungsbereitschaft dafür haben.**

* Quelle: Studie von booking.com, 2020
** Quelle: Gästebefragung Tourismus Monitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus (ST), 2019

Nachhaltigkeit als Bereicherung

Nachhaltiges Reisen bedeutet keinen Verzicht, sondern bewusster und genussvoller zu reisen.

- Die Natur nah und ursprünglich geniessen
- Die lokale Kultur authentisch erleben
- Regional konsumieren
- Länger bleiben und tiefer eintauchen



Kernbotschaft
Nachhaltigkeit startet nicht mit dem Marketing!

*Eine **nachhaltige Destination** ist ein Gemeinschaftswerk, das vom **partnerschaftlichen Zusammenwirken** aller beteiligten Institutionen / Betriebe lebt.*

Das heisst vom (Destinations-)Produkt.



Fazit 2

a)Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b)Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c)Destinations-Zertifizierung



c) TourCert – Nachhaltigkeitsprozess Destination



TourCert®

Das TourCert Zertifizierungsprogramm
Nachhaltigkeit messen und verbessern!

- Seit **2009** ein etabliertes und international anerkanntes und ausgezeichnetes Beratungs- & Zertifizierungssystem
- Platz 1, 2 und 5 von 36 untersuchten Zertifizierungssystemen im nachhaltigen Tourismus (Verbraucher Initiative e.V. und ZENAT, 2017). Besonders hervorgehoben wurden **Transparenz, Glaubwürdigkeit** und der **ganzheitliche** Ansatz
- Zielgerichtet und praxisnah → in intensivem Austausch mit den Anspruchsgruppen wird Ihre Destination strategisch nachhaltig ausgerichtet
- Basierend auf glaubwürdigen und **international anerkannten Standards** (ISO, EMAS, GSTC etc.)
- Wachsendes Partnernetzwerk mit bereits über 20 zertifizierten Destination

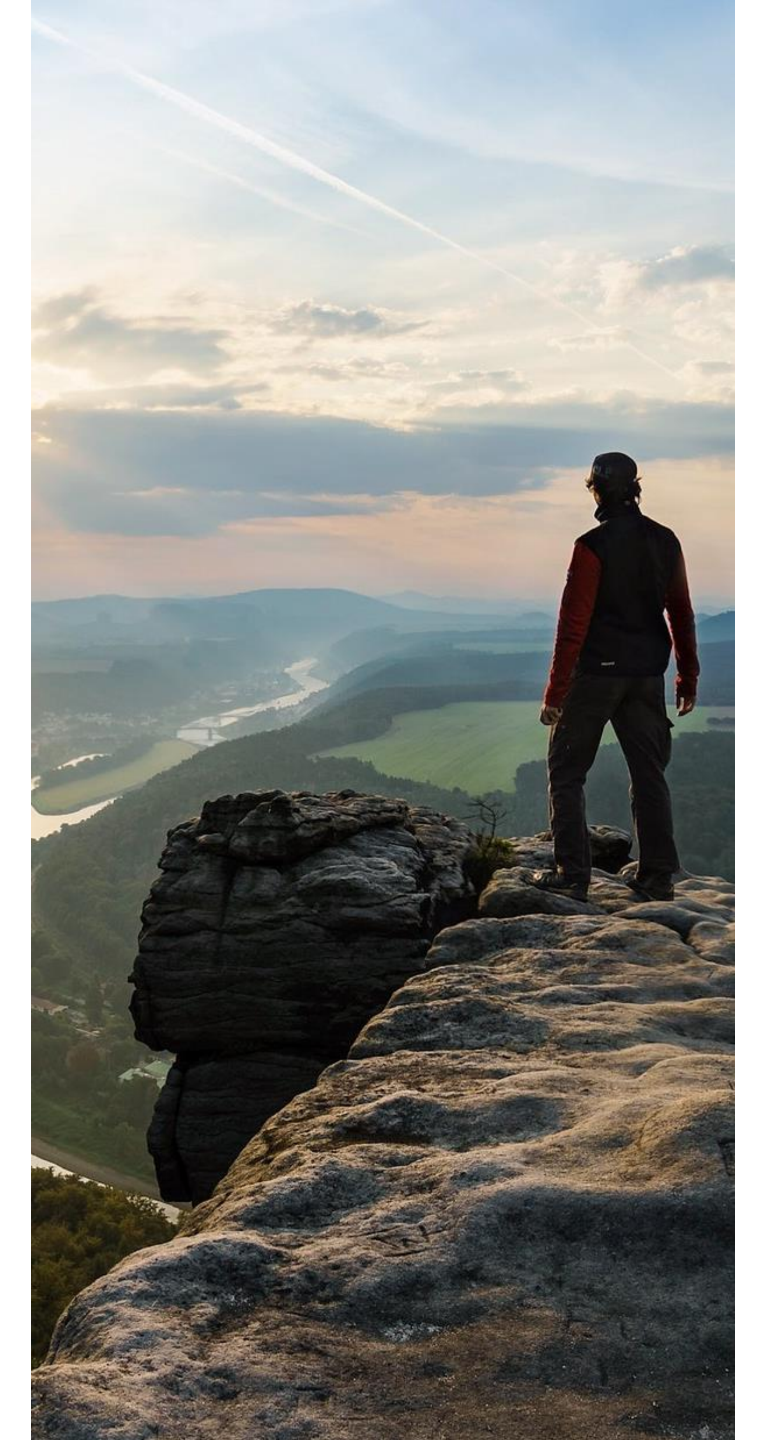








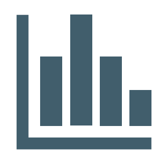




Wie geht TourCert vor?
Die Bausteine für erfolgreiche Nachhaltigkeit



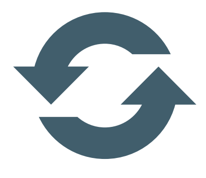
Empowerment
- Mitarbeiterqualifikation
- Praktische Werkzeuge



Sektor spezifische Messbarkeit
- Spezifische Kriterien und Indikatoren
- Quantitative und qualitative Indikatoren
- Benchmarks



Wertschöpfungskette
- Stakeholder-Ansatz
- Checks und Umfragen



Stetige Weiterentwicklung
- Verbesserungsprogramm
- Regelmäßiges Monitoring



Worum geht es in der Zertifizierung?
Beispiele aus den Kriterien

Unterstützen Sie die lokale Wirtschaft durch Partnerschaften mit lokalen Anbietern?

Welche Interessensgruppen sind relevant und welche bisher untergegangen?

Wie kann der Dialog mit den Anspruchsgruppen verbessert werden?

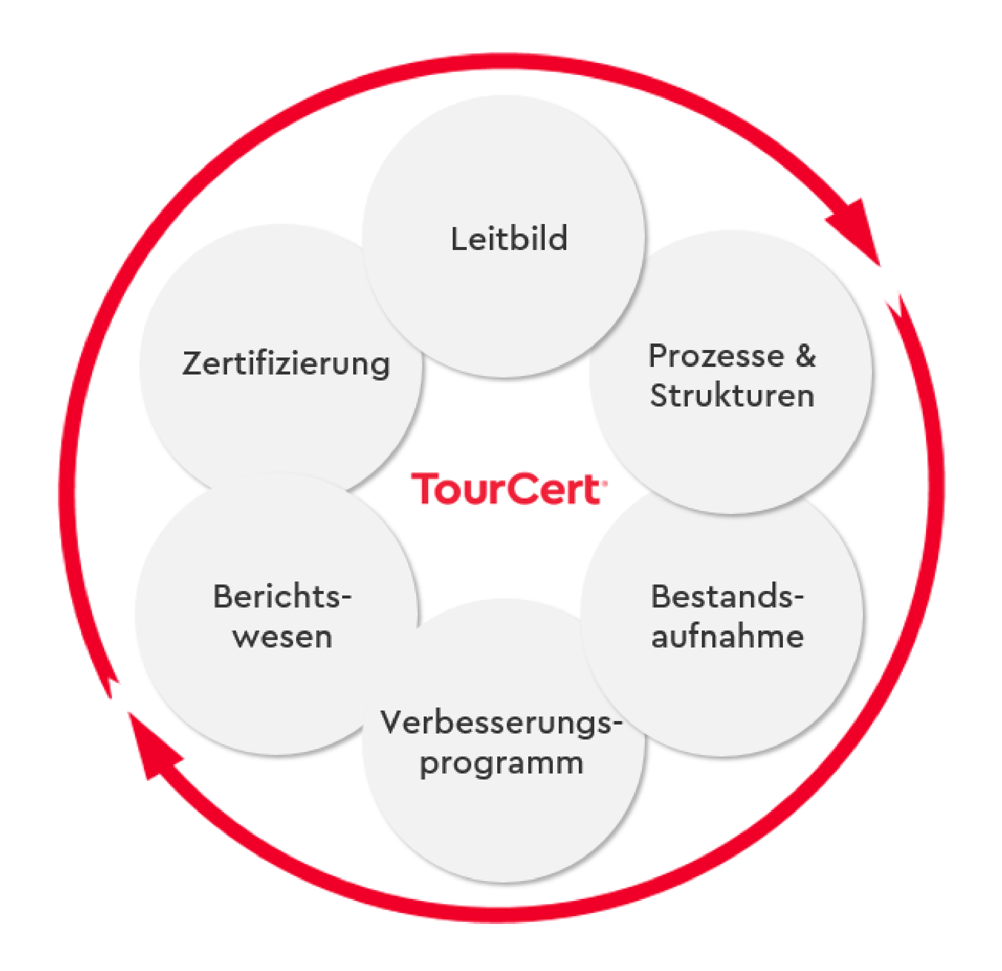
Wie bewerten Ihre Geschäftspartner die Zusammenarbeit mit Ihnen?

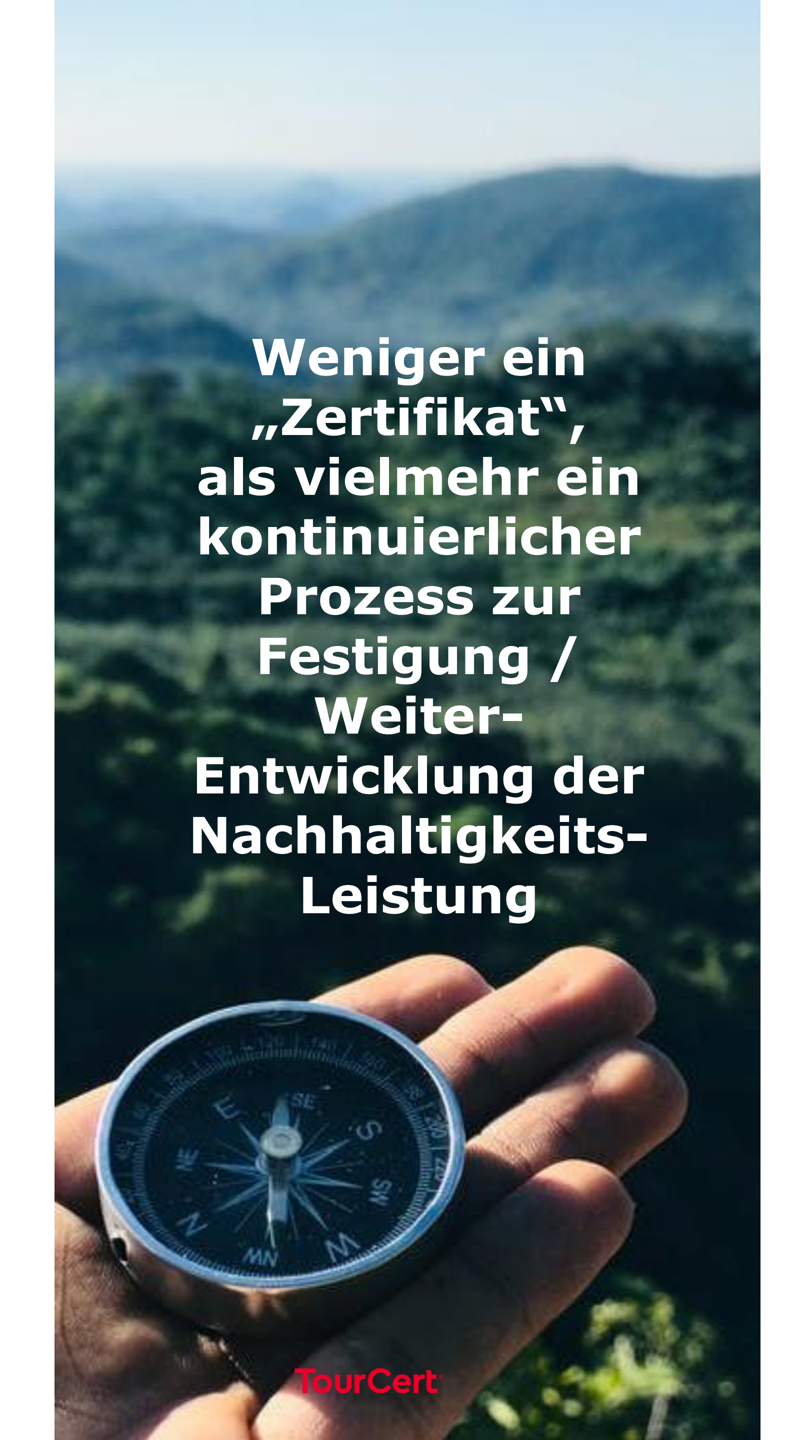
Werden klimafreundliche Verkehrsmittel für die An- und Abreise empfohlen?

Bieten Sie klimafreundliche Verkehrsmittel vor Ort an?

Werden die Gäste über nachhaltige Angebote informiert?

Ein kontinuierlicher Prozess!
Gelebte Nachhaltigkeit mit Langfristigkeit





Ziel der TourCert Zertifizierung

Es geht nicht um einen Kriterienkatalog wo einzelne Parameter erfüllt/nicht erfüllt sind und so eine «Endnote» zustande käme, welche über Zertifizierung Ja oder Nein entschieden wird, sondern um:

a) eine erste destinationsspezifische Standortorientierung (mit partiellen Vergleichsmöglichkeiten zu anderen Destinationen zur Orientierung)

b) und um das Auslösen von (neuen) Massnahmen zur Stärkung und Optimierung, resp. gezielteren Positionierung der NH-Themen und der Destination.

→ es geht um einen Vergleich über die Zeit mit sich selber und zwar ganz individuell pro Destination. Dies soll zu Wettbewerbsvorteilen führen, aber auch grundsätzliche politische und soziale Zielerreichung unterstützen.

Prozessbegleitung: kompetent, destinationsspezifisch und effizient

TourCert begleitet Destinationen mit praxiserfahrenen Coaches

TourCert

Destination

Neuer **Nachhaltigkeitsrat** der Destination

- Entwicklung der Tourismusstrategie
- Einladung aller Leistungsträger zur Teilnahme als Partnerbetrieb
- Erfüllung der Kriterien auf Destinationsebene
- Entscheidung wesentlicher Nachhaltigkeitsaspekte
- Verbesserungsprogramm auf Destinationsebene

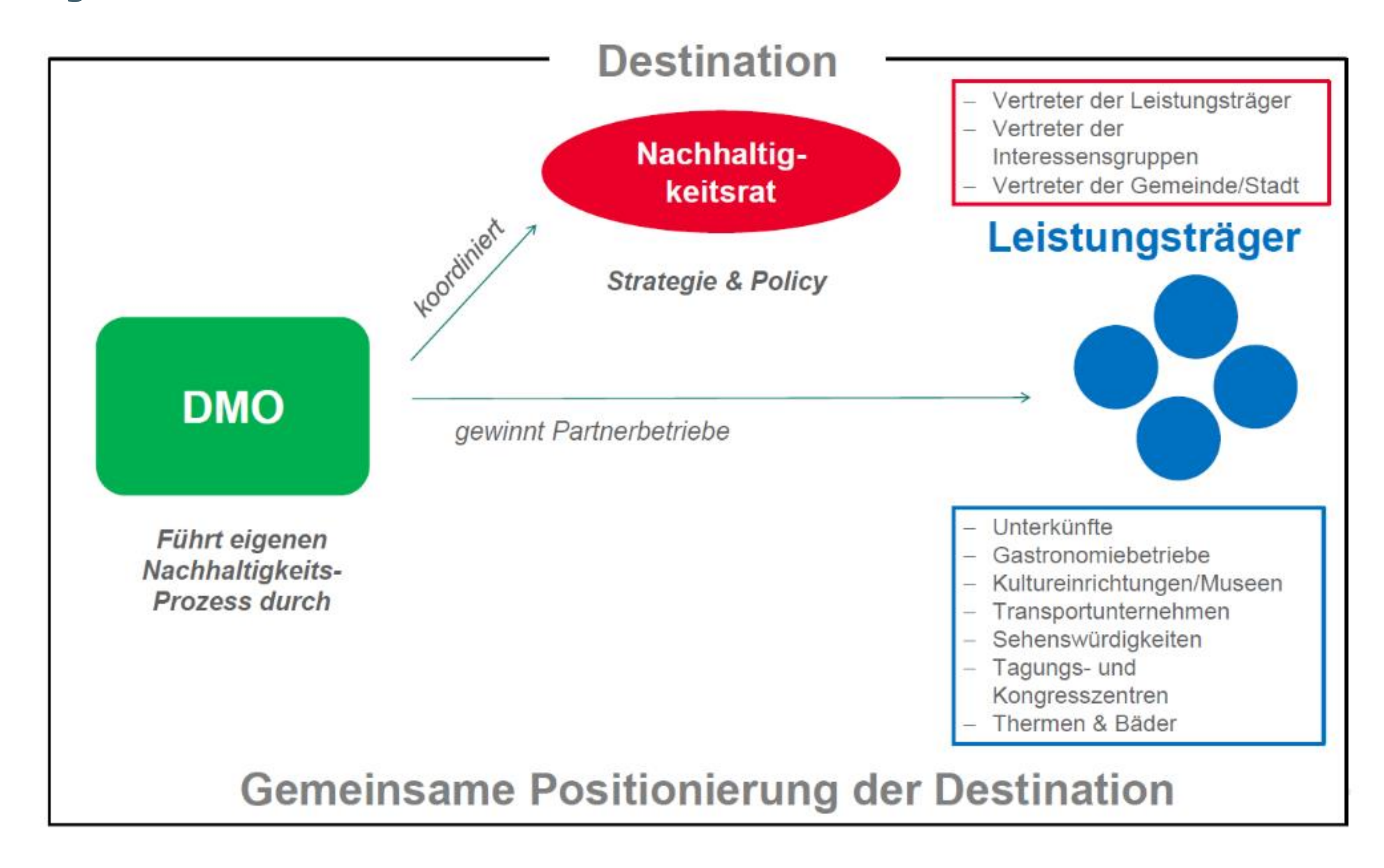
Destinationsmanagement-organisation (DMO)

- Ernennung einer/s Nachhaltigkeitsmanagers
- Erstellung oder Revision des Leitbilds
- Umfragen & Dateneingabe - Erfüllung der Kriterien auf DMO-Ebene
- Verbesserungsprogramm auf DMO-Ebene
- Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts

Partnerbetriebe der DMO

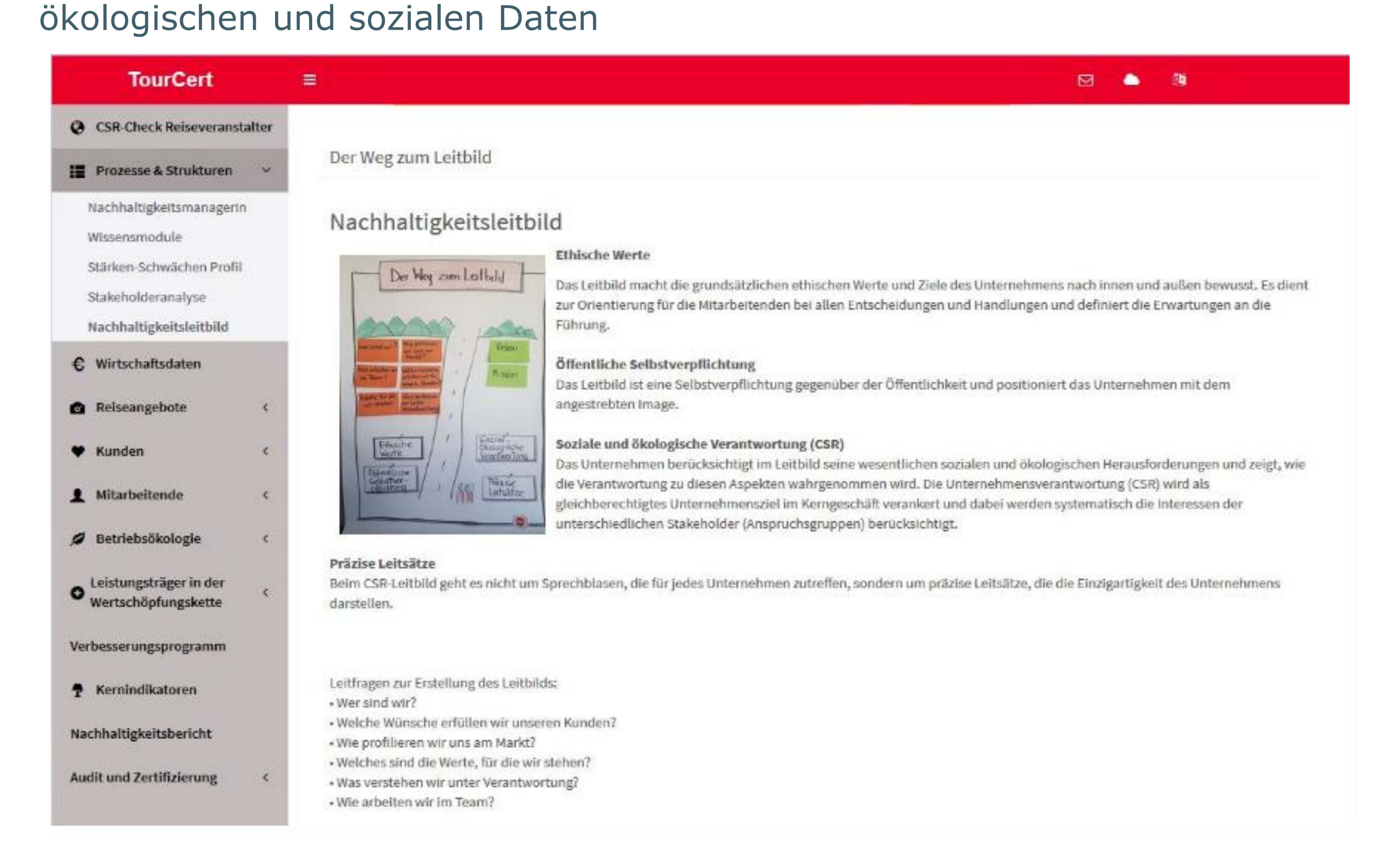
- Nachhaltigkeitsvereinbarung mit der DMO
- Ernennung einer/s Nachhaltigkeitsmanagers
- Erstellung oder Revision des Leitbilds
- Umfrage (Selfcheck) & Dateneingabe - Kriterienerfüllung auf Partnerbetriebsebene
- Formulierung & Umsetzung von Verbesserungsmassnahmen

Nachhaltigkeit und Zusammenarbeit innerhalb der Destination

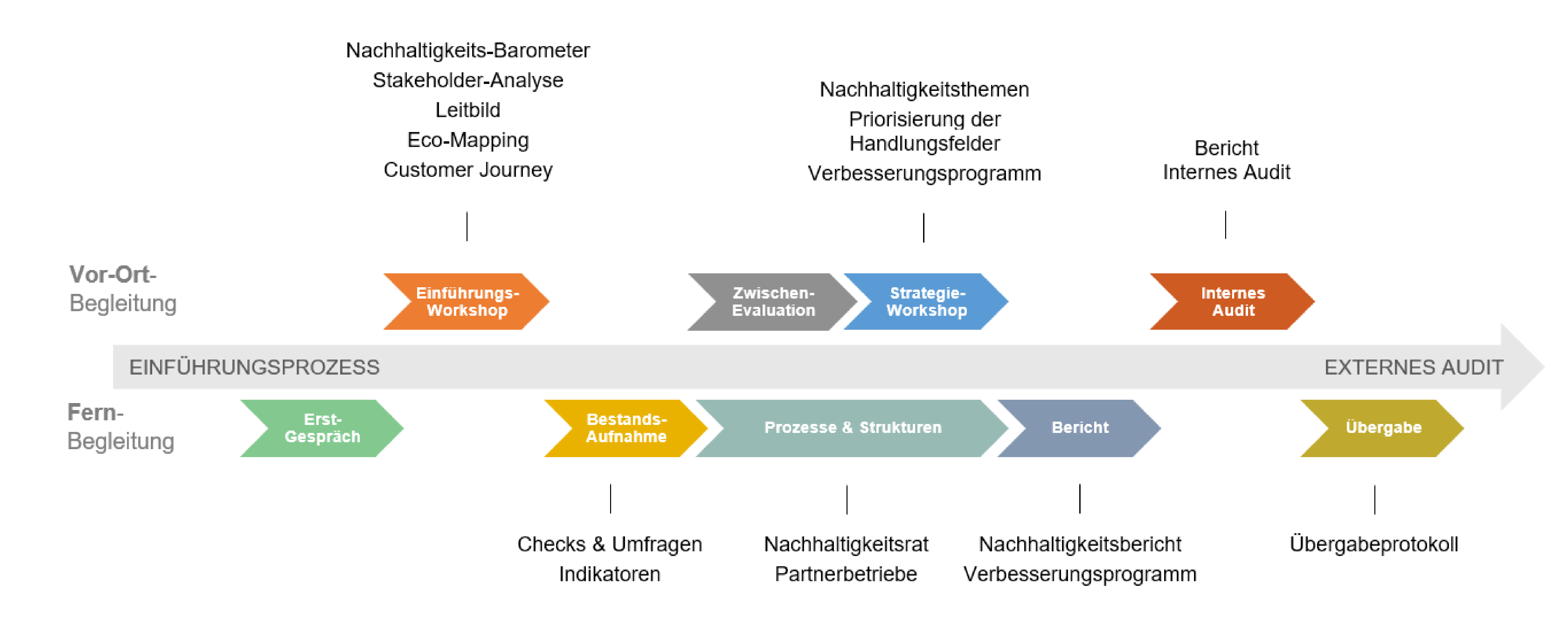


Die TourCert Online Plattform – unterstützendes Werkzeug des Zertifizierungsprozesses

Checks, Bewertung, Umfrage und Reporting zur Erhebung und Auswertung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Daten

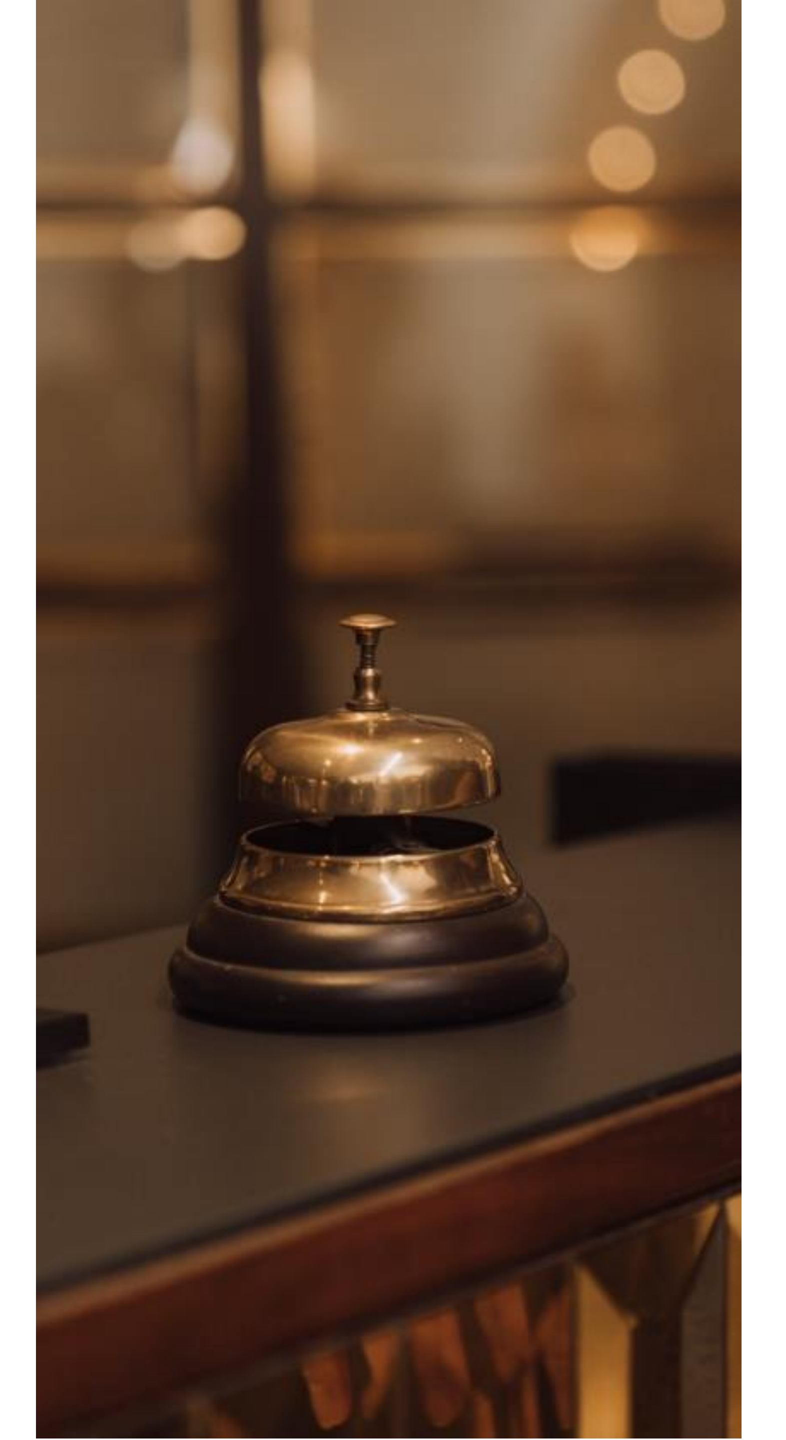


Betreuter Ablauf / Prozess
Gesamtdauer liegt bei ca. 12 Monaten



Wichtigkeit der Partnerbetriebe

- Eine Destination ist die Gesamtheit aller touristischen Akteure.
- Innovation und nachhaltige Veränderung der einzelnen Leistungsträger tragen zur Nachhaltigkeit in der Destination bei.
- Leistungsträger machen Nachhaltigkeit für die Gäste erst erlebbar.



Wie kann man Partnerbetrieb werden?

Betrieb besitzt eine **anerkannte Zertifizierung**

Betrieb wird Partnerbetrieb und muss **keine weiteren Aufgaben** erledigen

Betrieb darf das Logo **„Nachhaltiges Reiseziel Partner“** nutzen



Freiwillig auch TourCert Qualified

Betrieb besitzt **keine anerkannte Zertifizierung**

Anmeldung für Auszeichnung **„TourCert Qualified“** (für die ersten drei Jahre kostenfrei)

Betrieb darf die Logos **„Nachhaltiges Reiseziel Partner“ & „TourCert Qualified“** nutzen





Wie funktioniert das TourCert Qualified?

1. Anmeldung (koordiniert von der DMO)
2. E-Learning
3. TourCert Self-Check und Ressourcenverbräuche
4. Nachhaltigkeitsverpflichtung
5. Verbesserungsprogramm

→ Kostenlos für die ersten 3 Jahre der Erstzertifizierung



Vorteile für Partnerbetriebe in der Destination

- ✓ Stärken und Potenziale der Unternehmen werden anhand der Checkliste ermittelt.
- ✓ Unternehmen können mit dem Partnerlogo werben und werden **wichtiger Akteur** des „Nachhaltigen Reiseziels“.
- ✓ **Vernetzung** mit anderen Partnerbetrieben durch Treffen, Erfahrungsaustausch, Infoveranstaltungen, Workshops, Fachgespräche, Schulungen, etc. auf Grundlage der Partnerschaft.
- ✓ Partnerbetriebe leisten ihren **Beitrag zur Zukunftssicherung** und setzen ein Zeichen!
- ✓ Partner sind **eingebundene Akteure** im Destinationsprozess – **harmonischere Entwicklungsmöglichkeit**

Gute Gründe für das Nachhaltigkeitssystem von TourCert
Verwandelt gute Vorsätze in nachhaltige Taten!

- ✓ **Ganzheitliche Adressierung** aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen (soziale, ökologische und ökonomische Dimension)
- ✓ Zeigt **wie es um die Nachhaltigkeit in Ihrer Destination steht**
- ✓ **Motiviert** Mitarbeitenden durch eine gemeinsame Vision und stärkt Ihre Kompetenzen sowie die Innovationsfähigkeit der Destination
- ✓ **Stärkt die Partnerschaft** mit den beteiligten Betrieben und Organisationen (z.B. Gemeinde, touristische Partnerbetriebe)
- ✓ Zeigt Wege zur **Produktoptimierung** und **Qualitätssicherung**
- ✓ Eröffnet **Einsparmöglichkeiten** bei Kosten, Energie und Arbeitszeit
- ✓ **Verbessert Kommunikationsstrukturen** und **unterstützt** in **Entscheidungsprozessen**
- ✓ **Schafft** eine **Grundlage** für die Formulierung konkreter **Nachhaltigkeitszielen** und –Strategien
- ✓ Ermöglicht eine **glaubwürdige Positionierung im Wettbewerb** und auch gegenüber immer kritischeren Gästen und Medien

Fazit 3

a) Internationale Betrachtung



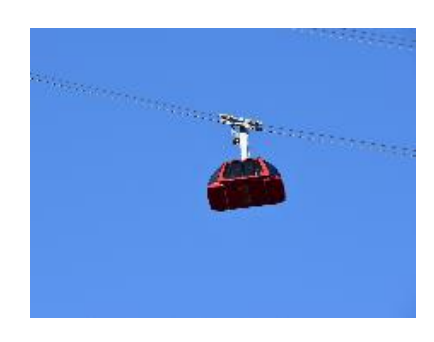
a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c) Destinations-Zertifizierung



c) Sich zu einer glaubwürdigen «nachhaltigen Tourismus-Destination» zu entwickeln ist kein Selbstläufer und benötigt Engagement. Der Weg ist das Ziel und der Prozess bietet Mehrwert.

3 zentrale Aussagen

a) Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c) Destinations-Zertifizierung



c) Sich zu einer glaubwürdigen «nachhaltigen Tourismus-Destination» zu entwickeln ist kein Selbstläufer und benötigt Engagement. Der Weg ist das Ziel und der Prozess bietet Mehrwert.

Wir unterstützen die Destinationszertifizierung als Coaches









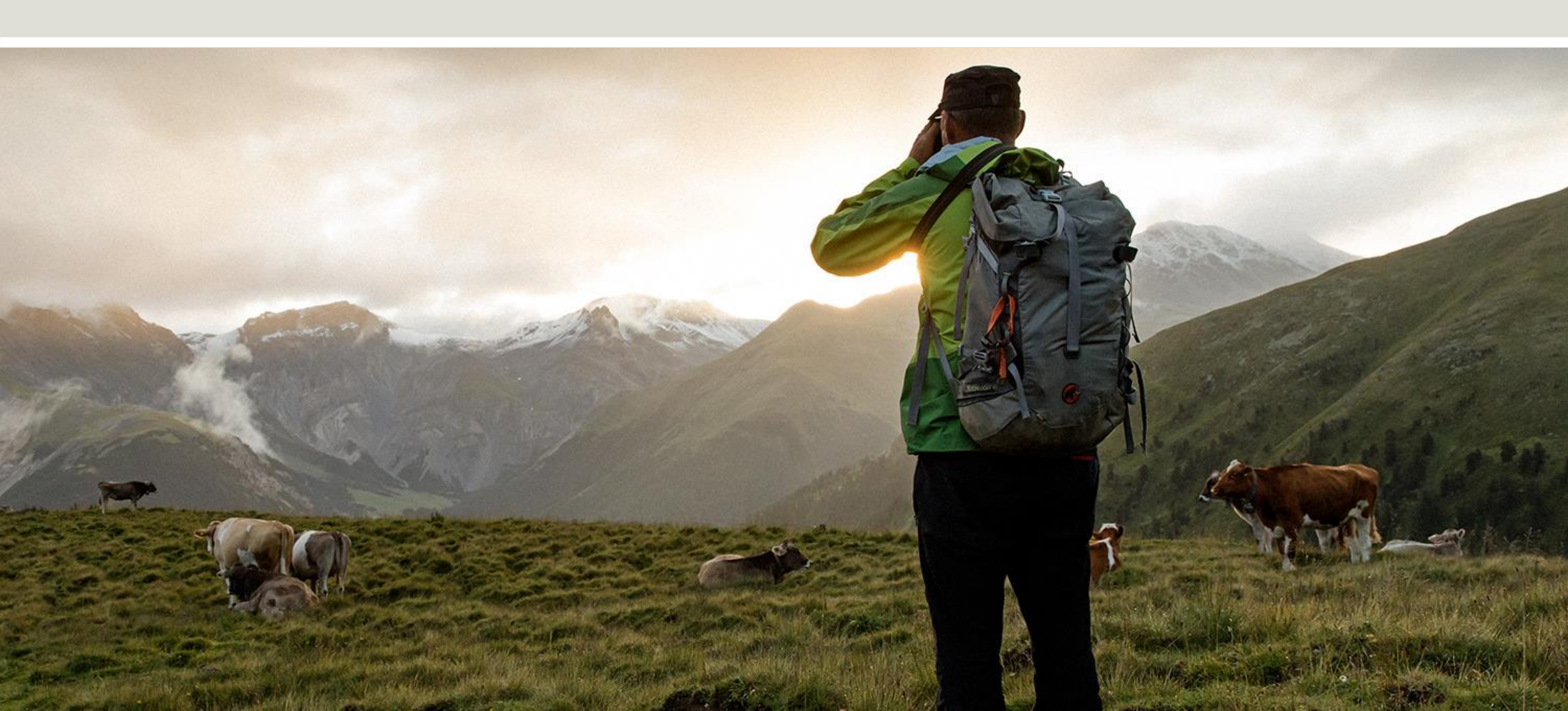
Anna Amacher Hoppler

Melanie Wyss

Der Weg ist das Ziel



Nächste Schritte



Vision Engadin Samnaun Val Müstair

Wir setzen auf einen in **allen drei Dimensionen** nachhaltigen Tourismus für eine erfolgreiche Zukunft unserer Region. So tragen wir dazu bei, dass sich unsere Destination **wirtschaftlich positiv** entwickelt, ein in Bezug auf soziale Aspekte **attraktives Lebens- und Ferienumfeld** besteht (Kultur, Gesellschaft, Lebensqualität) und die **natürlichen Lebensräume** für Mensch und Tier mit einer hohen landschaftlichen Qualität erhalten bleiben.

Wir nehmen unsere **Verantwortung als Leaderbetrieb** wahr und **gemeinsam mit unseren Partnern halten** und entwickeln wir unsere Positionierung als nachhaltige Feriendestination stetig weiter. Im Schweizweiten Vergleich sind wir anerkannt als **Vorreiter im Bereich des nachhaltigen Tourismus**.

Meilensteinplanung Zertifizierung

April 2021
Entscheidung VR TESSVM

Mai / Juni 2021
Projekt-Setup, Info-Workshops

Sommer 2021
Gründung Nachhaltigkeits-Rat

Bis Februar 2022
Aufarbeitung Grundlagen für Zertifizierung
Umsetzung erste Massnahmen

Juni 2022
Zertifizierung



Jetzt sind Sie gefragt – werden Sie Partner!

- Partnerbetriebe: Aktives Bekenntnis zur Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitsrat: Strategische Mitarbeit in der Region

Interesse? Melden Sie sich unter nachhaltig@engadin.com

PS: Anfang Juli erhalten Sie unseren ersten Nachhaltigkeits-Newsletter



Vielen Dank!



Engadin Samnaun Val Müstair